

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK SEPATU BATIK *FOUR IN ONE*
MULTIFUNGSI (SETIAWAN MUNGIL) DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Oleh:

Syahmi Kafin Fahreza

201610160311188

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
JUNI 2020**

SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK SEPATU BATIK *FOUR IN ONE* MULTIFUNGSI
(SETIAWAN MUNGIL) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

Oleh

Syahmi Kafin Fahreza

201610160311188

Diterima dan disetujui
pada tanggal 3 Juli 2020

Pembimbing,

Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK SEPATU BATIK *FOUR IN ONE* MULTIFUNGSI
(SETIAWAN MUNGIL) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Syahmi Kafin Fahreza

NIM : 201610160311188

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 3 Juli 2020 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji.

Penguji I : Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Dr. Marsudi, M.M.

Penguji III : Dr. Ratih Juliati, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini

Nama	Syahmi Kafin Fahreza
NIM	201610160311188
Prodi	Manajemen
Fakultas	Ekonomi dan Bisnis
Alamat	Jl KH Malik gg 16 (Plakat Bidan Hanik), kedung kandang, Malang
No Telp	081252418750

Dengan ini saya menyatakan yang sebenar-benarnya, bahwa

1. Saya telah memprogram skripsi sesuai SK tanggal, 3 Juli 2020 dengan dosen pembimbing, Dr. Dra. Ratih Julianti, M.Si
2. Saya mengajukan ekuivalensi skripsi dengan perolehan prestasi Juara 1 bisnis plan tingkat nasional (terlampir)
3. Saya mewakili prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang dan telah memperoleh penghargaan sebagai juara 1 lomba Bisnis Plan Nasional ASIA 2019 Universitas Andalas, di Padang (terlampir)
4. Saya mewakili prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang dan telah memperoleh penghargaan sebagai juara 1 expo lomba Bisnis Plan Nasional Festival UKSW, di Salatiga (terlampir)

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya unsur pemaksaan pihak manapun, dan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya serta jika ada ketidak benaran yang saya tulis, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Mengetahui,

Ketua Prodi Studi Manajemen

Dr Marsudi, M.M.

Malang 3 Juli 2020,

Yang membuat pernyataan



Syahmi Kafin Fahreza



Rektor Universitas Muhammadiyah Malang

Dr. Zuhroh, M.M

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK SEPATU BATIK
FOUR IN ONE MULTIFUNGSI (SETIAWAN MUNGIL) DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MALANG**

Syahmi Kafin Fahreza

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur

Email: syahmikafinn@gmail.com

ABSTRAK

Sektor industri merupakan sektor utama yang masih menjadi kontributor terbesar terhadap PDB nasional dengan capaian 20,16 persen pada tahun 2017. Industri alas kaki adalah satu diantaranya yang menunjukkan peningkatan kinerja melebihi pertumbuhan nilai ekspor dunia yang hanya sekitar 0,19 persen pada tahun 2016. Permintaan alas kaki terbesar didominasi oleh konsumen wanita dengan variasi tipe alas kaki yang tinggi. Beberapa situs berita Indonesia menyebutkan setidaknya ada lebih dari 6 tipe alas kaki wajib yang dimiliki wanita. Beragam jenis alas kaki diperlukan berdasarkan situasi yang dihadapi. Sehingga jika dihadapkan pada situasi untuk berganti beberapa alas kaki pada selang waktu yang berdekatan tentunya akan sangat merepotkan untuk membawanya sekaligus. Selain itu, Indonesia memiliki nilai jual yang cukup tinggi terhadap batik di dalam maupun luar negeri. Oleh karena itu, penulis menginovasikan SETIAWAN MUNGIL (Sepatu Batik *Four In One* Multifungsi) produk alas kaki yang mampu menjalankan empat fungsi sekaligus (*sneaker*, *wedje*, *boot*, dan juga sandal) bercorak batik dengan tujuan pasar di Indonesia dan pasar ASEAN. Hal ini didukung oleh minat yang cukup positif dari beberapa responden ASEAN. Revolusi industri 4.0 tentunya merupakan sebuah peluang dalam strategi pemasaran SETIAWAN MUNGIL mengingat jangkauan target pasar yang bisa dibidang internasional, melalui fasilitas *advertising* yang disediakan *facebook* dan *instagram* maupun *website*. Inovasi yang ditawarkan SETIAWAN MUNGIL membuatnya tidak memiliki kompetitor secara langsung sebab belum ada produk serupa. Namun secara tidak langsung SETIAWAN MUNGIL (**Rp. 500.000/unit**) bersaing dengan *sneaker*, *wedje*, *boot*, dan juga sandal yang dijual di pasaran dengan kisaran total harga **Rp. 950.000**. SETIAWAN MUNGIL membutuhkan Rp. 25.991.000 sebagai modal awal yang diperlukan untuk beroperasi selama 3 bulan pertama dengan total investasi jangka panjang sejumlah Rp. 8.345.000. BCR dari produk ini adalah 1,7 (layak) sedangkan BEP harga produksi Rp. 294.067 (analisis ekonomi selama tiga bulan pertama). Tujuan yang hendak dicapai adalah menghasilkan inovasi alas kaki untuk menjawab problematika yang dialami konsumen namun dengan harga terjangkau.

Keywords: Batik, Four In One, Versatility, Shoes, SETIAWAN MUNGIL

MARKETING STRATEGY FOR BATIK SHOES FOUR IN ONE MULTIFUNCTION (SETIAWAN MUNGIL) IN INCREASING SALES VOLUME

Syahmi Kafin Fahreza

Management Study Program Faculty of Economics and Bussiness
Universitas Muhammadiyah Malang

ABSTRAC

The industrial sector is the main sector which is still the biggest contributor to national GDP with an achievement of 20.16 percent in 2017. The footwear industry is one of them that shows an increase in performance exceeding the growth in world export value which is only around 0.19 percent in 2016. Several Indonesian news sites say there are at least more than 6 types of mandatory footwear for women. Therefore, the authors innovated SETIAWAN MUNGIL (Four In One Multifunction Batik Shoes) footwear products capable of carrying out four functions at once (sneaker, wedge, boot, and sandals) with batik patterns aimed at the Indonesian market and the ASEAN market. This is supported by positive interest from several ASEAN respondents. The industrial revolution 4.0 is certainly an opportunity in the marketing strategy of SETIAWAN MUNGIL considering the reach of the target market which can be said to be international, through the advertising facilities provided by Facebook and Instagram and the website. The innovation offered by SETIAWAN MUNGIL makes it without direct competitors because there is no similar product. However, indirectly, SETIAWAN MUNGIL (Rp. 500. 000 / unit) competes with sneakers, wedge, boots, and sandals sold in the market with a total price range of Rp. 950,000. Loyal Tiny requires Rp. 25,991,000 as the initial capital required to operate for the first 3 months with a total long-term investment of Rp. 8,345,000. The BCR of this product is 1.7 (feasible) while the BEP production price is Rp. 294,067 (economic analysis for the first three months).. 000 as the initial capital required to operate for the first 3 months with a total long-term investment of Rp. 8,345,000. The BCR of this product is 1.7 (feasible) while the BEP production price is Rp. 294,067 (economic analysis for the first three months). The goal to be achieved is to produce footwear innovations to answer the problems experienced by consumers at affordable prices. 000 as the initial capital required to operate for the first 3 months with a total long-term investment of Rp. 8,345,000. The BCR of this product is 1.7 (feasible) while the BEP production price is Rp. 294,067 (economic analysis for the first three months). The goal to be achieved is to produce footwear innovations to answer the problems experienced by consumers at affordable prices

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“strategi pemasaran untuk sepatu batik *four in one* multifungsi (setiawan mungil) dalam meningkatkan volume penjualan”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di program studi manajemen, fakultas ekonomi dan bisnis, universitas muhammadiyah malang.

Dalam melakukan penyusunan skripsi ini banyak terjadi hambatan serta rintangan yang dihadapi penulis, Penulis menyadari atas kemampuan maupun keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. namun akhirnya penulis dapat melaluinya berkat bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, skripsi Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Fauzan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Marsudi, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Dra., Ratih Juliati Msi. selaku dosen pembimbing I yang telah membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini dengan sabar serta meluangkan waktu untuk membimbing saya.

5. Dr. Widayat, M.M selaku dosen wali Manajemen D 2016 yang telah sabar dan tulus mendidik saya selama masa kuliah.
6. Mama, kakak dan adik tercinta yang telah mengorbankan segalanya untuk menjadikan saya seorang yang terdidik dan menguatkan saya dalam segala aspek, serta doa yang diberikan selalu untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Giso selaku pengrajin sepatu yang telah baik hati meluangkan waktu untuk saya dalam proses penelitian serta kesabaran dalam memberikan penjelasan hingga penelitian ini selesai.
8. Sahabat seperjuangan skripsi saya Rio Rizki Syahbani, Yusril Fadil Muhammad, Ines, Ainun, Aditya Narendra yang telah sabar mendengar segala keluh kesah selama menjalani skripsi saya dan memberikan semangat terus menerus.
9. Terimakasih kepada sahabat-sahabat kuliah saya Ida Rosida, Bela Ayu Kurnia Andhini, Elma Aisya Maulidya, Rio Rizki Syahbani, Rizalul Khoisy, Slamet Indraguna, Nazaruddin Junaedy, M. Masnur Afiqin, Nadiah Rahmadiana.
10. Terimakasih kepada sahabat-sahabat saya, Dedi Setyawan, Tri Sinta Yani, Nanda Sofiana, Lani Novianty, Yessy Mutiara, Nanda Ayu Narulita
11. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan Manajemen D 2016 dan konsentrasi Manajemen Pemasaran 2016 yang selalu memberikan dukungan

Semoga segala amal baik yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT, dan penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, 22 Juni 2020

Syahmi Kafin Fahreza



DAFTAR ISI

ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR PUSTAKA.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II GAMBARAN UMUM DAN RENCANA USAHA.....	3
BAB III PEMBAHASAN.....	10
BAB IV ANGGARAN BIAYA YANG DIPERLUKAN.....	15
BAB V PENUTUP.....	18
DAFTAR PUSTAKA	19

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Positioning Targeting	3
Table 2.1 Strategi SWOT Analisi	4
Tabel 3.1 Perbandingan Harga dengan Pesaing	5
Table 4.1 Biaya Produksi dan Operasional Sepatu Batik.....	6
Table 5.1 Proyeksi Laba Rugi, Cash Flow, dan Pendapatan	8
Table 6.1 Alat dan Bahan Pembuatan Sepatu Batik.....	9



DAFTAR PUSTAKA

Kemenperin.go.id, (2018) <https://kemenperin.go.id/artikel/20539/Indonesia-Produsen-Alas-Kaki-Terbesar-Keempat-Di-Dunia>

Kompas.com, (2013)

<https://money.kompas.com/read/2015/05/07/192135626/Industri.Alas.Kaki.Masih.Seksi>.

Idntimes.com, (2018) <https://www.idntimes.com/life/women/tini-adiatma/jenis-sepatu-cewek-c1c2/1>

Cnnindonesia.com, (2018) <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181029123510-277-342250/6-jenis-sepatu-yang-wajib-dimiliki-wanita>



STRATEGI PEMASARAN UNTUK SEPATU BATIK FOUR IN ONE MULTIFUNGSI (SETIAWAN MUNGIL) DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MALANG

ORIGINALITY REPORT

12%	12%	1%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.tubasmedia.com Internet Source	5%
2	www.keuangan.umm.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.umm.ac.id Internet Source	2%
4	www.slideshare.net Internet Source	1%
5	www.kemenperin.go.id Internet Source	1%
6	Submitted to Hoa Sen University Student Paper	1%
7	money.kompas.com Internet Source	1%
8	www.idntimes.com Internet Source	1%

